
ANALISIS TINGKAT KESUKAAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK MACARON SEBAGAI SALAH SATU UPAYA PENINGKATAN KUALITAS *F&B PRODUCT*

Oleh

Fitri Yupita¹, Eka Afrida Ermawati², Rudi Tri Handoko³, Firda Rachma Amalia⁴, Nurhalimah⁵

^{1,2,3,4,5}Program Studi Diploma IV, Manajemen Bisnis Pariwisata, Politeknik Negeri Banyuwangi

Email: ¹fitriyupi07@gmail.com, ²ekaafrida22@poliwangi.ac.id

Article History:

Received: 25-04-2024

Revised: 16-05-2024

Accepted: 24-05-2024

Keywords:

Macaron, Tingkat Kesukaan Konsumen, Kuantitatif.

Abstract: Macaron merupakan salah satu jenis kue kering yang terbuat dari putih telur, gula dan tepung almond, yang diaduk, dicetak dan didiamkan hingga permukaannya mengering. Macaron memiliki tekstur yang lembut serta bentuk dan warna yang menarik. Penelitian ini penulis menggunakan penelitian kuantitatif dengan pengumpulan data berupa kuesioner, studi literatur dan dokumentasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kesukaan konsumen terhadap produk macaron dengan standard recipe éL Hotel Banyuwangi. Uji hedonic digunakan untuk mencari tingkat kesukaan konsumen terhadap produk macaron di el shop gandrung éL Hotel Banyuwangi. Hasil dari penelitian ini dengan sampel 70 responden yang menunjukkan dari hasil perhitungan yang sudah dilakukan untuk menilai 4 aspek rasa dengan nilai 85 %, aroma dengan nilai 83 %, warna dengan nilai 90% dan tekstur dengan nilai 85%. Dapat disimpulkan bahwa produk Macaron masih termasuk dalam kriteria sangat disukai oleh masyarakat. Oleh karena itu, dapat ditunjukkan bahwa Macaron masih banyak penggemar dan bagus untuk dikonsumsi

PENDAHULUAN

Menurut Undang-undang No. 10 Tahun 2009, Kepariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha (Mudrikah, 2014).

Hotel merupakan bagian integral dari usaha pariwisata, yang menurut keputusan Menteri Pariwisata dan Postel dinyatakan sebagai akomodasi komersial dengan menawarkan fasilitas yaitu kamar tidur atau kamar tamu, makanan dan minuman, jasa penunjang lainnya seperti: fasilitas olah raga, laundry dan sebagainya (Sulistyono, 2006). Seiring dengan pesatnya pariwisata di Banyuwangi (Ermawati, dkk, 2018) éL Hotel Banyuwangi hadir sebagai salah satu akomodasi pendukung yang menjadi salah satu pilihan tempat menginap yang dipilih wisatawan. Dalam memberikan pelayanan prima kepada tamu yang berkunjung, setiap departemen di Hotel éL mempunyai tugas dan tanggung jawab masing-masing untuk memberikan pelayanan yang terbaik

agar tamu yang berkunjung mempunyai kesan yang baik dan dapat berkunjung kembali suatu hari nanti.

Selain kebutuhan kamar, makan dan minum juga menjadi salah satu kebutuhan tamu yang harus terpenuhi. Oleh karena itu, *Food and Beverage Departement* memiliki peran penting dalam melayani tamu terkait kebutuhan makan. *Food and Beverage Departement* adalah bagian dari hotel yang mengurus dan bertanggung jawab terhadap kebutuhan pelayanan makanan dan minuman serta kebutuhan lain yang terkait, dari para tamu yang tinggal maupun yang tidak tinggal di hotel tersebut dan dikelola secara komersial serta profesional (Soekresno dan Pendit, 1998). *Food and Beverage* juga masih dibagi menjadi 2, yakni : *Food and Beverage Product* dan *Food and Beverage Service*. *Food and Beverage Product* bertugas dalam mengolah bahan makanan sampai dengan makanan siap disajikan kepada tamu. Sedangkan *Food and Beverage Service* bertugas dalam menyajikan makanan dan melayani tamu selama kegiatan makan berlangsung. *Food and Beverage Product* terdiri dari beberapa bagian, yaitu : *Pastry and Bakery*, *Hot kitchen*, *Coold kitchen*, *Butcher* dan *Commissary*.

Menurut Subagio (2007) “*Pastry* adalah bagian dari produk makanan dan minuman dalam lingkup departemen makanan dan minuman yang mempunyai tugas membuat kue, makanan ringan atau makanan pelengkap minuman seperti kue dan roti”. Menurut Syarbini (2016) *Pastry* adalah sesuatu yang berkaitan dengan berbagai jenis manisan, termasuk roti, kue, *cookies*, serta berbagai jenis manisan yang terbuat dari adonan cair atau adonan lunak (*butter*) yang dikenal dengan sebutan *paste* sehingga produknya dapat dikenal kue kering yang disebut kue *choux*, *macaron*, *puding*, coklat dan sebagainya. *Food and Beverage Product* mempunyai dampak besar terhadap perolehan pendapatan hotel.

Macaron kue kecil Perancis ini tidak hanya enak, tetapi juga dikemas dengan bahan-bahan yang menyehatkan. Sebagai permulaan, *macaron* dibuat dengan tepung *almond* yang tinggi protein dan rendah karbohidrat. Hal ini menjadikannya camilan yang sempurna bagi orang yang mencoba mengikuti diet rendah karbohidrat. Selain itu, tepung *almond* juga merupakan sumber vitamin E, magnesium dan potasium yang baik. Semua nutrisi ini penting untuk menjaga sistem kekebalan tubuh yang sehat. Manfaat lain dari *macaron* bagi kesehatan adalah bebas gluten secara alami, sehingga sangat baik bagi orang yang menderita penyakit *celiac* atau sensitif terhadap gluten. Terakhir, *macaron* dibuat dengan putih telur yang merupakan sumber protein yang baik dan rendah kalori, pilihan yang sangat baik bagi orang yang memperhatikan berat badan mereka.

Tingkat kesukaan merupakan penilaian subjek terhadap makanan yang diberikan dengan kategori sangat tidak suka, tidak suka, cukup suka, suka dan sangat suka (Lubis, 2015). Costell (2010) menyatakan bahwa tingkat kesukaan terhadap makanan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu karakteristik sensoris makanan, sikap terhadap makanan, informasi tentang makanan dan keinginan untuk mengkonsumsi makanan. Tingkat persetujuan akan mempengaruhi penerimaan terhadap menu yang disajikan (Nurdiani, 2011).

Macaron merupakan salah satu produk yang penjualannya tergolong tinggi di el *shop* Gandrung éL Hotel Banyuwangi. Tingginya angka penjualan ini harus membuat pihak hotel selalu menjaga kualitas yang dimiliki. Salah satu cara nya adalah dengan menganalisa tingkat kesukaan dan mencari tahu faktor - faktor apa dalam produk *macaron* yang disukai oleh konsumen agar konsumen setia terhadap produk *macaron* tersebut. Berdasarkan hal tersebut maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Tingkat Kesukaan Konsumen Terhadap Produk Macaron Sebagai Salah Satu Upaya Peningkatan Kualitas F&B Product**”

Adapun Rumusan Masalah yang dibahas oleh penulis adalah Bagaimana tingkat kesukaan

konsumen terhadap produk *macaron* sesuai *standard recipe* di éL Hotel Banyuwangi?

LANDASAN TEORI

Hotel

Hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang sedang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus. Hotel adalah suatu bentuk usaha yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa kepada para tamu hotel baik secara fisik, psikologi maupun keamanan selama tamu mempergunakan fasilitas atau menikmati pelayanan dihotel (Agusnawar, 2000).

Food and Beverage Product Department

Food and Beverage Department merupakan salah satu departemen di hotel yang bertugas dan bertanggung jawab atas penyediaan (produksi), pelayanan (*service*) makanan dan minuman bagi tamu yang menginap di hotel maupun tamu di luar hotel, seperti pernikahan, pertemuan (konvensi). Terdapat dua bagian besar *Food and Beverage Departement* yaitu *Food and Beverage Product* dan *Food and Beverage Servise* (Komar, 2014).

Pastry

Menurut Sudewi dan Patriasih (2005) *Pastry* adalah adonan yang berlapis-lapis dengan mentega atau lemak agar memperoleh hasil berlapisan atau berlembaran. *Pastry* adalah jenis makanan dari beberapa kombinasi bahan yang pada umumnya berasa manis, biasanya mengandung lemak dan melalui tahap pembakaran. Jenis makanan ini biasanya disajikan sebagai hidangan penutup.

Macaron

Macaron merupakan kue kering yang berasal dari Perancis yang dibuat dengan menggunakan *meringue* (putih telur yang dikocok bersama dengan gula) serta ditambahkan tepung *almond* (Wulandari, 2013).

Tingkat Kesukaan

Tingkat kesukaan merupakan penilaian subjek terhadap makanan yang diberikan dengan kategori sangat tidak suka, tidak suka, cukup suka, suka dan sangat suka (Lubis, 2015). Costell (2010) menyatakan bahwa tingkat kesukaan terhadap makanan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu karakteristik sensoris makanan, sikap terhadap makanan, informasi tentang makanan dan keinginan untuk mengkonsumsi makanan. Tingkat persetujuan akan mempengaruhi penerimaan terhadap menu yang disajikan (Nurdiani, 2011).

Konsumen

Konsumen menurut undang-undang no. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pada Pasal 1 angka (2), secara khusus: Konsumen adalah setiap orang yang mempergunakan barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik untuk kepentingan dirinya sendiri, keluarganya, orang lain, atau makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Konsumen adalah seseorang yang menggunakan atau mempergunakan produk atau jasa yang ditawarkan (Fadila dan Ridho, 2013).

METODE PENELITIAN

Lokasi dan waktu penelitian

Penelitian dilakukan yang terletak di éL Hotel Banyuwangi yang beralamat di Jalan Raya Jember KM 7, Dusun Krajan, Desa Dadapan, Kecamatan Kabat, Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur 68461. Telepon: (0333) 3382999 dan Fax: (0333) 3382555. éL Hotel Banyuwangi

adalah hotel bintang empat yang pertama kali didirikan di Banyuwangi, *launching* pada tanggal 21 Juni 2017. Waktu penelitian yang dilakukan oleh peneliti selama 4 bulan terhitung dari bulan Maret sampai bulan Juni 2024.

Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian merupakan suatu hal penting yang harus dipersiapkan sebelum seorang peneliti melakukan penelitian. Pendekatan penelitian ini mempunyai manfaat untuk memudahkan jawaban atau rumusan masalah. Jadi, pendekatan penelitian ini harus seimbang dan konsisten dengan kebutuhan dan persyaratan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Metode penelitian merupakan cara utama yang digunakan peneliti untuk mencapai tujuan dan menentukan jawaban atas permasalahan yang diajukan (Arikunto, 2019). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan model analisis uji hedonik.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode yang dipakai untuk mengumpulkan data-data penelitian. Terdapat dua metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini untuk mendapatkan data primer dan data sekunder.

Instrumen Penelitian

Instrumen pengumpulan data penelitian merupakan sebuah alat ukur seperti yang digunakan pada kuesioner yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data dalam suatu penelitian.

Teknik Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau benda memiliki karakteristik tertentu dan dijadikan objek penelitian (Suryani dan Hendryadi, 2015). Dalam penelitian ini populasi yang ditentukan adalah konsumen yang mengonsumsi *dessert macaron*. Dari data penjualan *macaron* dalam 1 tahun terakhir sejumlah 238, maka dapat menarik sampel dari data penjualan *macaron* dalam 1 tahun terakhir.

2. Sampel atau Panelis

Menurut (Handayani, 2020) teknik pengambilan sampel adalah proses pemilihan sejumlah unsur dari populasi yang diteliti untuk dijadikan sampel dan memahami perbedaan sifat atau ciri subjek sampel, yang dapat digeneralisasikan dari unsur-unsur tersebut. Pengambilan sampel ini diperuntukkan bagi peneliti yang mempunyai keterbatasan waktu, tenaga dan biaya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah simple random sampling, artinya prosedur subjektif yang tidak tersedia kerangka pengambilan sampelnya. Dalam artian sampel dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu. Teknik simple random sampling merupakan teknik pengambilan sampel dari anggota populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata dalam populasi itu. Untuk menentukan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

Rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi penelitian

e = Kelonggaran ketidaktelitian akibat kesalahan sampel yang dapat ditoleransi (10 % atau 0,1)

Penelitian ini menggunakan batas toleransi kesalahan (0,1). Adapun perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{238}{1 + 238 (0,1)^2}$$
$$n = \frac{238}{1 + 238 (0,01)^2}$$
$$n = 70,00$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 70 responden.

Panelis Tidak Terlatih

Panelis tidak terlatih merupakan panelis yang terdiri lebih dari 25 orang yang dapat dipilih berdasarkan jenis kelamin, suku bangsa, tingkat sosial dan pendidikan. Panelis tidak terlatih hanya diperbolehkan menilai sifat-sifat organoleptik yang sederhana, seperti sifat kesukaan, tetapi tidak boleh digunakan data uji pembedaan. Panelis tidak terlatih hanya terdiri dari orang dewasa dengan komposisi jumlah panelis pria sama dengan jumlah panelis wanita (Badan Standardisasi Nasional, 2006). Beberapa syarat-syarat bagi para panelis yaitu bersedia untuk melakukan uji sensori sebagai berikut :

1. Tertarik terhadap uji organoleptik sensorik dan mau berpartisipasi
2. Konsisten dalam mengambil keputusan
3. Berbadan sehat, bebas penyakit dari THT, tidak buta warna serta gangguan psikologis
4. Tidak menolak terhadap makanan yang akan diuji (tidak alergi)
5. Tidak melakukan uji 1 jam sesudah makan
6. Menunggu minimal 20 menit setelah merokok, makan permen karet, makanan dan minuman ringan
7. Tidak melakukan uji pada saat influenza dan sakit mata
8. Tidak menggunakan kosmetik seperti parfum dan lipstik serta mencuci tangan dengan sabun yang tidak berbau pada saat dilakukan uji bau.

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data adalah kegiatan mengolah data setelah data dari seluruh responden atau sumber data yang lain berkumpul. Analisis data merupakan kegiatan mengelompokkan data berdasarkan variable dari seluruh responden, menyajikan data tiap variable yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah (Sugiyono, 2017). Penelitian ini menggunakan program pengolahan data yakni *microsoft excel*.

Uji Hedonik

Uji hedonik merupakan sebuah pengujian dalam analisa sensori organoleptik yang digunakan untuk mengetahui besarnya perbedaan kualitas diantara beberapa produk sejenis dengan memberikan penilaian atau skor terhadap sifat tertentu dari suatu produk dan untuk mengetahui tingkat kesukaan dari suatu produk. Uji Hedonik pada penelitian ini digunakan untuk menilai mengenai tingkat kesukaan konsumen terhadap produk *macaron* dengan tingkat kesukaan dalam uji hedonik diukur dari sangat tidak suka, tidak suka, cukup suka, suka dan sangat suka. Dalam menentukan tingkat kesukaan ditentukan menggunakan skala angka dari 1- 5, semakin kecil angka maka menunjukkan ketidak sukaan panelis terhadap produk *macaron*, sebaliknya jika angka yang ditunjukan semakin besar maka menunjukkan bahwa tingkat kesukaan panelis terhadap produk *macaron*.. Pada uji hedonik ini dilakukan oleh 70 panelis tidak terlatih yang telah memenuhi kriteria sebagai panelis.

Tabel 1 Parameter Uji Hedonik

Aspek	Klasifikasi Hedonik				
	1	2	3	4	5
Rasa	Sangat Tidak Suka	Tidak Suka	Cukup Suka	Suka	Sangat Suka
Aroma	Sangat Tidak Suka	Tidak Suka	Cukup Suka	Suka	Sangat Suka
Warna	Sangat Tidak Suka	Tidak Suka	Cukup Suka	Suka	Sangat Suka
Tekstur	Sangat Tidak Suka	Tidak Suka	Cukup Suka	Suka	Sangat Suka

Sumber: Firdilla Kurnia (2023)

Penentuan Instrumen Jawaban

Perhitungan Hasil Kuesioner Uji Organoleptik (Hedonik) yang menggunakan skala likert akan diukur dan dijabarkan berdasarkan 4 aspek klasifikasi dan menggunakan skala penilaian angka 1-5 diantaranya rasa, aroma, warna dan tekstur. Hasil dari penilaian berdasarkan kuesioner uji hedonik akan dihitung berdasarkan rata-rata dari jumlah penilaian yang diperoleh sebagai berikut :

$$\text{Nilai indeks} = \frac{\text{Total skor yang diperoleh}}{\text{skor tertinggi} \times \text{Jumlah Panelis}} \times 100\%$$

Sumber: (Atmaja, 2020)

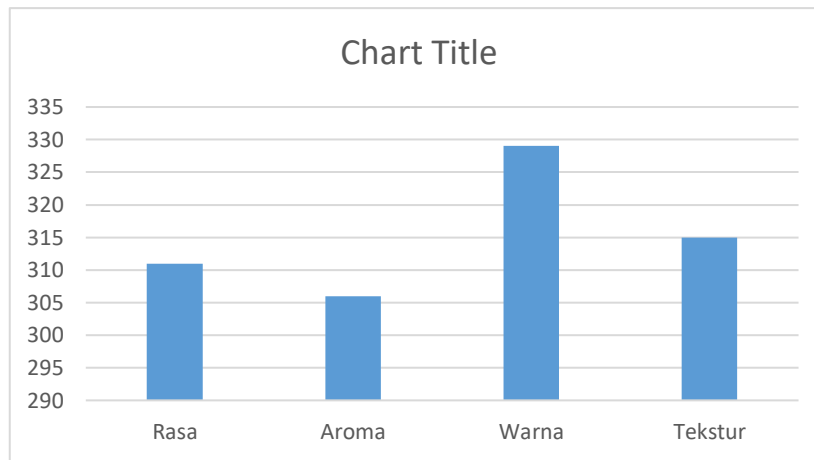
Tabel 2 Kriteria Hasil Kesukaan

No	Skor Dalam Persen (%)	Kategori Kelayakan
1.	< 21%	Sangat Tidak Suka
2.	21 – 40%	Tidak Suka
3.	41 – 60%	Cukup Suka
4.	61 – 80%	Suka
5.	81 – 100%	Sangat Suka

Sumber: (Arikunto, 2009)

HASIL DAN PEMBAHASAN**Uji Hedonik Terhadap Produk Macaron di eL Hotel Banyuwangi ?**

Untuk menguji tingkat kesukaan konsumen terhadap produk *macaron* sesuai *standard recipe* el shop gandrung eL Hotel Banyuwangi menggunakan uji organoleptik (hedonik). Penelitian menggunakan 70 responden yaitu para konsumen yang sudah memakan *macaron* di eL Hotel Banyuwangi. Panelis konsumen menilai 4 aspek dari rasa, aroma, warna dan tekstur terhadap produk *macaron*. Tujuan dari dilakukan uji kesukaan adalah untuk mengetahui tingkat kesukaan terhadap produk *macaron* yang ada di eL Hotel Banyuwangi. Adapun data yang dihasilkan dari uji organoleptik (hedonik) sebagai berikut :



Gambar 1 Bagan Diagram Hasil Uji Organoleptik (Hedonik) Panelis Tidak Terlatih
Sumber : Peneliti, 2024

1. Rasa

$$\text{Nilai Indeks} = \frac{311}{5 \times 73} \times 100\% = 83\%$$
2. Warna

$$\text{Nilai Indeks} = \frac{306}{5 \times 73} \times 100\% = 90\%$$
3. Tekstur

$$\text{Nilai Indeks} = \frac{329}{5 \times 73} \times 100\% = 86\%$$
4. Aroma

$$\text{Nilai Indeks} = \frac{329}{5 \times 73} \times 100\% = 86\%$$

Sedangkan pada uji organoleptik hedonik keseluruhan dari resep acuan yang sudah validasi dan diujikan ke 70 orang panelis tidak terlatih yaitu sebagai berikut :

$$\text{Nilai Indeks} = \frac{95+96+92+95}{20 \times 73} \times 100\% = 86\%$$

Tabel 3 Hasil Uji Organoleptik Hedonik Keseluruhan

No	Jumlah	Jenis Kelamin	Total Nilai
1	56	Perempuan	975
2	17	Laki – Laki	286
Total			1261

Sumber : Peneliti, 2024

Dari hasil perhitungan yang sudah dilakukan untuk menilai empat aspek rasa dengan nilai 85 %, aroma dengan nilai 83 %, warna dengan nilai 90 % dan tekstur dengan nilai 86 %. Dapat disimpulkan bahwa produk *Macaron* masih termasuk dalam kriteria sangat disukai oleh masyarakat. Oleh karena itu dapat ditunjukkan bahwa *Macaron* masih banyak penggemar dan bagus untuk dikonsumsi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian mengenai uji hedonik terhadap produk *macaron* diketahui bahwa 85 % panelis menyukai rasa pada *macaron*, 83 % panelis menyukai aroma *macaron*, 90 % panelis menyukai warna dari *macaron* dan 86 % panelis menyukai tekstur yang dihasilkan oleh *macaron*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Agusnawar. 2000. Pengertian Hotel : CV Alfabeta.
- [2] Alia R, Susi, dan Lya A. 2013. Analisis Tingkat Kesukaan Konsumen, Penetapan Umur Simpan Dan Analisis Kelayakan Usaha Dodol Pisang Awa. Prodi Teknologi Industri Pertanian. Fakultas Pertanian Universitas Lambung Mangkurat: 26-32.
- [3] Anamaria P. 2020. Quality Characteristics and Volatile Profile of Macarons Modified with Walnut Oilcake By-Product. Licensee MDPI, Basel, Switzerland.
- [4] Aqsha. 2020. Substitusi Tepung Labu Madu (Butternut Squash) Dalam Pembuatan Macaron Dengan Chocolate Ganache Filling. Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana, pp. Vol 16, 12-20.
- [5] Arikunto. 2009. Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek. . Jakarta: Rineka Cipta.
- [6] Atmaja. 2020. Pengaruh Pelatihan Basic Life Support (BlS) Terhadap Kesiapsiagaan Penolongan Pertama Pada Relawan Muhammadiyah. (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Jember).
- [7] Ayu, I. 2019. Substitusi Tepung Almond Dengan Tepung Kemiri (*Aleurites moluccana* Wild)
- [8] Badan Standardisasi Nasional. 2006. Petunjuk Pengujian Organoleptik dan atau Sensori. SNI No.01-2346- 2006. Badan Standardisasi Nasional. Jakarta.
- [9] Ermawati, E.A., Amalia, F.R., Mukti, Masetya. 2018. Analisis Strategi Pengelolaan Sampah di Tiga Lokasi Wisata Kabupaten Banyuwangi. *Journal of Tourism and Creativity*, 2(1), 25-34
- [10] Evi, F., Lukas, W. S., Vivin, P. 2022. Tingkat Kesukaan Konsumen Pada Serbuk Minuman Instan Rumput Laut (*Eucheuma Cottoni*). Program Studi Teknologi Pengolahan Hasil Perikanan. Jurusan Ilmu Kelautan dan Perikanan, Politeknik Negeri Pontianak, Indonesia: 50-55.
- [11] Fadil. 2013. Pengertian Konsumen
- [12] Firdilla Kurnia. 2023. Parameter Uji Hedonik
- [13] Garnida, Y. 2020. Uji Inderawi & Sensori Pada Industri Pangan. Bandung: Manggu Makmur Tanjung Lestari.
- [14] Handayani. 2020. Teknik Pengambilan Sampel : CV Alfabeta.
- [15] Komar. 2014. Pengertian *Food and Beverage Department*
- [16] Mudrika, 2014. Pengertian Kepariwisata
- [17] Muhajar. 2020. Substitusi Pembuatan French Macaron Menggunakan Tepung Kulit Kacang Hijau Sebagai Bahan Pengganti Tepung Almond. Program Studi Perhotelan, Politeknik Bosowa.
- [18] Nelin Nur Mumtaza. 2023. Pemanfaatan Tepung Ampas Tahu Dala, Olahan Macaron Sebagai Produk Wisata Kuliner Di Banyuwangi. Prodi Manajemenen Bisnis Pariwisata . Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Banyuwangi.
- [19] Nurdiani. 2011. Pengertian Tingkat Kesukaan Konsumen
- [20] See, B, N. 2021. Valorisation of mango (*Mangifera indica*) kernel as an ingredient of

- macaron: sensory acceptance and physicochemical properties. *British Food Journal*, 124(09), 2911-29290.
- [21] Stone, J. 2004. *Sensory Evaluation Practices*. Edisi ketiga. Elsevier Academic Press. California.
- [22] Subagjo. 2007. *Pengertian Pastry*
- [23] Sudewi. 2005. *Pengertian Pastry*
- [24] Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta. terhadap Karakteristik Kulit Macaron. *Jurnal Ilmu dan Teknologi Pangan*, 13-15.
- [25] Sulistyono. 2006. *Pengertian Hotel*
- [26] Suryani. 2015. *Pengertian Populasi*
- [27] Syarbini. 2016. *Pengertian Pastry*
- [28] Vita, Y. 2020. Analisis Tingkat Kesukaan Konsumen Terhadap jenis Ikan Yang Berbeda Pada Kerupuk Stik Ikan. Program Studi Manajemen Sumber Daya Perairan, Fakultas Pertanian, Universitas Antakusuma: 370-377.
- [29] Wulandari. 2013. *Pengertian Macaron*.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN